

Cultura de vida no Brasil

No mercado de seguros, lidamos com a máxima de que o “seguro de automóveis é comprado, e os demais são vendidos”. E sua aquisição está mais ligada à necessidade do que ao desejo, por isso a compra está diretamente relacionada ao risco que julgamos correr, fato que talvez justifique a afirmação citada. Mas há um contra-senso se observarmos a aquisição dos seguros de vida individuais, pois, nessa linha de raciocínio, sinto em dizer, o sinistro é certo.

Temos ainda um longo caminho a percorrer até chegar a um mercado de vida forte e consolidado. Apenas como parâmetro, a população dos Estados Unidos é aproximadamente 60% maior que a brasileira, mas a arrecadação dos prêmios de vida é 48 vezes superior. A melhor comparação, no entanto, é a participação no produto interno bruto (PIB) de cada país. Nesse caso, 6,5% do PIB americano provém dos prêmios de vida, contra 2% do brasileiro. Em números absolutos, o PIB dos EUA gira na casa dos trilhões de dólares, e o nosso, na casa dos bilhões. Mas a proporção é boa, se pensarmos nos anos de estabilidade econômica que os americanos têm sobre nós.

Contudo, o fato é que o mercado de vida nacional vem crescendo. De 2005 para 2006 obteve alta de 23,71% e, de janeiro de 2006 a janeiro deste ano, mais 23,54%. Aliado à estabilidade econômica, o crescimento do produto pode ser explicado pelo empenho das seguradoras em criar um apelo diferenciado para a finalidade da indenização, bem como agregar valor ao produto com assistências extras. Esse movimento foi iniciado pelo seguro de automóveis, pois os segurados sem sinistros não enxergavam o valor da cobertura.

Relacionados ao fim, criaram-se os seguros educação (cuja indenização é direcionada à continuidade dos estudos dos filhos), mulher e homem (com resgate em vida em caso de diagnóstico de doenças típicas do sexo), e prestamistas (para garantir a quitação da dívida em longos financiamentos), estes ainda com coberturas extras para perda de renda ou desemprego.

Quanto às assistências, foram introduzidos: auxílio-funeral, cestas básicas (além da indenização contratada) e convênios para desconto na aquisição de remédios, entre outros. Temos também assistências específicas, como no caso do seguro-educação, que garante aulas particulares ao aluno, na impossibilidade de frequentar as aulas.

Uma modalidade que tem crescido, principalmente nas seguradoras ligadas a bancos, são os seguros de vida apenas com cobertura para acidentes pessoais. Vale observar os motivos e tomar alguns cuidados. O valor do prêmio para seguros com cobertura que independa da causa é calculado com base na idade do segurado. Mas, para que os bancos tenham venda fácil, preço fixo e mensagem publicitária de impacto, tem se comercializado apenas a cobertura de vida para acidentes pessoais. Nesse caso, o consumidor deve ficar atento e consultar seu corretor para adquirir um produto que de fato atenda às suas necessidades.

Contudo, engana-se quem pensa que o mercado de auto é maior que o de vida. Segundo dados da Superintendência de Seguros Privados, da arrecadação em prêmios do último ano, 45% são de vida e 36% de automóveis. E, se ainda estamos longe de um mercado forte e consolidado, o que explica esses números?

Apesar de nossa legislação trabalhista não obrigar a contratação de cobertura de vida para seus funcionários, sindicatos de muitas classes trabalhistas obtêm acordos para a contratação do seguro, de tal forma que parte é paga pela empresa e parte pelo colaborador. Com isso, temos uma grande massa coberta por contratos coletivos, contra uma baixa adesão individual. Cenário que, acredito, tende a mudar, conforme a propagação do conforto mediante a indenização. Afinal, como disse anteriormente, no seguro de vida, o sinistro é certo.

() Claudio Afif Domingos, diretor vice-presidente da Indiana Seguros*